

S K R I P S I

ANALISIS KINERJA KARYAWAN BIDANG PEMASARAN PADA USAHA DAGANG EMAS EMASC DI PLAZA SUKARAMAI KOTA PEKANBARU

*Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Melengkapi Tugas-Tugas
Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial*



OLEH :

AROMA EKA PUTRA
NIM: 10571001753

JURUSAN : MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2009**

ABSTRAK

ANALISIS KINERJA KARYAWAN BIDANG PEMASARAN PADA USAHA DAGANG EMAS EMASC DI PLAZA SUKARAMAI KOTA PEKANBARU

***OLEH
AROMA EKA PUTRA***

Variatifnya keuntungan atau pendapatan pada masing-masing pedagang emas yang ada di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru, diduga karena kinerja karyawan bidang pemasaran yang menyebabkannya. Dengan kinerja karyawan yang baik akan dapat ditingkatkan produktifitas berupa peningkatan keuntungan yang diraih melalui kegiatan pemasaran.

Tujuan penelitian ini ingin mengetahui kinerja karyawan bidang pemasaran pada usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru dengan menganalisis faktor yang menyebabkan tidak samanya pendapatan pada usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru.

Dalam penelitian ini bahwa kinerja karyawan bidang pemasaran pada usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru ditunjukkan dengan tingkat perbedaan pengetahuan dan pengalaman kerja, motivasi kerja, lingkungan kerja, dan kompensasi kerja karyawan di masing-masing pedagang emas yang ada di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru, dan kenyataan yang ada bahwa variatif atau ketidaksamaan pendapatan pada masing-masing usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru, berbanding lurus dengan tingkat perbedaan pengalaman kerja, motivasi kerja, lingkungan kerja, dan kompensasi kerja karyawan.

Artinya bahwa bila pengetahuan dan/atau pengalaman kerja, motivasi kerja, lingkungan kerja, dan kompensasi kerja karyawan tinggi, maka seiring itu pula laba riil yang didapat pun tinggi, kinerja karyawannya tinggi. Sebaliknya bila pengetahuan dan/atau pengalaman kerja, motivasi kerja, lingkungan kerja, dan kompensasi kerja karyawan rendah, maka perolehan keuntungan atau laba riil yang dihasilkan pun juga rendah, kinerja karyawan rendah pula.

Kata Kunci: Kinerja Karyawan, Pemasaran, Usaha Dagang Emas

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Rumusan Masalah.....	4
I.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
I.4. Sistematika Penulisan	5
BAB II TELAAH PUSTAKA	
II.1. Tinjauan Pustaka	7
II.2. Hipotesis	25
II.3. Variabel Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	
III.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
III.2. Jenis dan Sumber Data	26
III.3. Metode Pengumpulan Data	27

III.4. Populasi dan Sampel Penelitian	27
III.5. Analisis Data	27
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
IV.1. Gambaran Umum Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru	29
IV.2. Gambaran Umum Toko Emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru	30
IV.2.1 Sejarah Berdirinya Toko Emas EMASC di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru..	30
IV.2.2.Struktur Organisasi Perusahaan	34
IV.2.3.Gambaran Keadaan Enam Toko Emas EMASC Dalam Tabel...	35
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
V.1. Analisis Kinerja Karyawan	50
V.2. Faktor Yang Menyebabkan Variatif.....	66
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
VI.1. Kesimpulan	77
VI.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Emas banyak diminati, selain sebagai benda yang dapat dijadikan perhiasan, juga dapat dijadikan alternatif dalam berinvestasi. Namun, logam mulia yang satu ini juga tidak luput dari pengaruh gejolak fluktuasi harga yang sangat tidak dapat diprediksikan. Akan tetapi, benda kemilau berwarna kuning ini akan selalu saja menjadi komoditas primadona yang kian menarik, terlebih walau harganya berfluktuasi tapi tetap saja harganya beranjak naik.

Peningkatan harga komoditas barang yang satu ini di samping dipengaruhi oleh nilai Dolar, juga ditentukan oleh kadar bahan dan kualitas tertentu yang ditambahkan oleh seseorang yang ahli dalam mencampur bahan, membentuknya dan mengolahnya sehingga menjadi bertambah indah, kemilau serta dapat digunakan untuk berhias, terlebih bagi para kaum hawa sebagai konsumen potensial.

Namun demikian, bukan hal yang mudah bagi pandai emas maupun seorang pedagang emas untuk menatalaksanakan proses pengelolaannya agar emas tersebut menjadi bertambah berkualitas dan dapat diminati dan sampai di tangan konsumen sebagaimana yang direncanakan, yaitu melalui proses manajemen pemasaran yang tepat di tengah persaingan para pedagang emas lain yang sejenis dengan saling menawarkan produk mereka masing-masing.

Seperti halnya terhadap para pedagang emas yang berada di pusat pasar perbelanjaan Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru, misalnya. Dari data awal yang

penulis ketahui terhadap pedagang emas pada 6 (enam) toko yang ada yang penulis ambil secara acak, terdapat permasalahan adanya perbedaan hasil keuntungan yang sangat signifikan dengan asumsi bahwa terdapat kesamaan dari segi tempat berdagang, jumlah karyawan, serta aset yang dimiliki, dengan hasil produktivitas keuntungan yang dihitung pertahun yaitu:

Tabel I. 1 Produktivitas Laba Riil Satu Tahun Operasi Pada Enam Pedagang Emas Di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru

No.	NAMA TOKO	TEMPAT	JUMLAH KARYAWAN	ASET*	LABA RILL*
1	Megah	Plaza Sukaramai	4	20.000,000	5.936,521
2	Cahaya	Plaza Sukaramai	4	20.000,000	5.466,225
3	Anggrek	Plaza Sukaramai	4	20.000,000	4.272,955
4	Metro	Plaza Sukaramai	4	20.000,000	2.670,066
5	Singapura	Plaza Sukaramai	4	20.000,000	2.090,181
6	Elegan	Plaza Sukaramai	4	20.000,000	1.788,582

Keterangan : *dihitung dengan satuan berat *miligram* emas.

Sumber : Data primer Bulan Januari 2009

Dari tabel di atas, terlihat bahwa dari enam toko emas yang berdagang di tempat yang sama yaitu di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru, terdapat jumlah karyawan yang sama yaitu 4 orang karyawan dan aset yang dimiliki pun juga sama yaitu sebesar 20.000,000 miligram emas, tetapi bila dilihat dari produktivitas laba riil yang didapat, terlihat adanya perbedaan yang sangat variatif atau tidak sama yang tentu saja akan memiliki dampak kepada keseimbangan antara *output* dan *input* usaha.

Dibalik hal di atas itu semua, peran sumber daya sangat penting untuk mendapat perhatian, namun terutama pada sumber daya manusialah yang merupakan unsur penggerak dalam pengelolaan suatu produk maupun jasa yang harus diusahakan untuk ditingkatkan hingga mencapai tingkat produktivitas tertentu, sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan apa yang menjadi tujuannya sesuai dengan rencana pemasaran.

Bagaimanapun baiknya suatu perencanaan dan program dalam suatu perusahaan, serta penggunaan fasilitas yang canggih dan lengkap serta modal besar, belum tentu merupakan jaminan keberhasilan perusahaan mengoptimalkan tujuannya, jika sumber daya yang dimilikinya tanpa diimbangi dengan sumber daya manusia yang berkualitas. Kualitas sumber daya manusia yang baik akan dapat menciptakan produktivitas yang baik pula.

Dengan demikian, maka produktivitas yang dihasilkan dikarenakan kinerja karyawan yang berkualitas. Sehingga dengan kinerja karyawan yang baik akan dapat meningkatkan produktivitas berupa peningkatan keuntungan yang diraih melalui kegiatan pemasaran. Maka diduga karena kinerja karyawan bidang pemasaranlah yang menyebabkan variatifnya atau tidak samanya pendapatan pada masing-masing pedagang emas yang ada di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru tersebut.

Dari uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk mengadakan suatu penelitian yang akan penulis tuangkan ke dalam skripsi dengan judul:

**“ANALISIS KINERJA KARYAWAN BIDANG PEMASARAN
PADA USAHA DAGANG EMAS EMASC DI PLAZA SUKARAMAI
KOTA PEKANBARU”.**

I. 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dalam tulisan ini akan diteliti dan dibahas permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kinerja karyawan bidang pemasaran pada usaha dagang emas EMASC di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru?
2. Apa faktor yang menyebabkan variatif atau tidak samanya pendapatan pada usaha dagang emas EMASC di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru?

I. 3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

I. 3. 1. Tujuan Penelitian

Dengan telah ditetapkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui kinerja karyawan bidang pemasaran pada usaha dagang emas EMASC di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru;
2. Untuk mengetahui faktor yang menyebabkan tidak samanya pendapatan pada usaha dagang emas EMASC di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru.

I. 3. 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini ialah:

- a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan berguna bagi penulis untuk mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan serta pengalaman yang penulis peroleh selama mengikuti perkuliahan ataupun juga selama mengadakan penelitian.

- b. Sebagai bahan masukan dan informasi serta bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut dalam aspek yang berhubungan.
- c. Memberikan gambaran bagi perusahaan dan pihak manajemen dalam bidang peningkatan produktivitas sumber daya manusia di lingkungan unit kerja masing-masing.

I. 4. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini sistematika penulisan akan meliputi enam bab yang masing-masing terdiri atas sub bab dengan kerangka sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dikemukakan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini dikemukakan teori-teori yang ada hubungannya dengan penelitian ini sehingga dapat mengemukakan suatu hipotesis serta variabel-variabel yang akan diteliti.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini dikemukakan tentang metode penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian, sumber dan jenis data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel serta analisis data.

BAB IV: Gambaran Umum Daerah Penelitian

Pada bab ini berikan tentang gambaran umum perusahaan, sejarah singkat, struktur organisasi dan keadaan karyawan serta aktivitas perusahaan.

BAB V: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini membahas mengenai hasil-hasil penelitian.

BAB VI: Kesimpulan dan Saran.

Merupakan bab terakhir ini berisikan tentang kesimpulan dari masalah yang telah dikemukakan dan saran-saran untuk kebaikan bagi perusahaan untuk kegiatan selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

II. 1. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka ini dimaksudkan untuk mengemukakan beberapa teori berdasarkan referensi yang ada kaitannya dengan permasalahan dalam penulisan penelitian ini, sehingga tinjauan pustaka ini diharapkan dapat melahirkan suatu hipotesis dan variabel yang bisa diterima.

II. 1. 1. Pengertian Kinerja

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kinerja itu ialah sesuatu yang dicapai; kemampuan kerja; prestasi yang diperlihatkan. (Tim Prima Pena: 2008 : 438).

Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama. (Tb. Sjafri Mangkuprawira: 2008, Rona Wajah.

Menurut pengertian lain, kinerja ialah:

Terjemahan dari bahasa Inggris *Performance*, Tampilan berupa proses dan hasil kerja yang dapat diamati dan diukur, Kemampuan yang diwujudkan dalam bentuk proses dan hasil kerja oleh karyawan. (www.yayasanatmajaya.co.id)

Selanjutnya **Stephen P. Robiin** mengatakan, kinerja adalah jawaban atas pertanyaan “apa hasil yang dicapai seseorang sesudah mengerjakan sesuatu”. Begitu pula **Schermerson, Hunt** dan **Osborn** mengatakan kinerja adalah kuantitas dan kualitas pencapaian tugas-tugas, baik yang dilakukan individu, kelompok maupun organisasi (Hadari Nawawi, 2006: 62).

Selain itu (Tb. Sjafriz Mangkuprawira, 2008, Rona Wajah), kinerja merupakan:

- a. Kinerja merupakan seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk pada tindakan pencapaian serta pelaksanaan sesuatu pekerjaan yang diminta.
- b. Kinerja merupakan salah satu kumpulan total dari kerja yang ada pada diri pekerja.
- c. Kinerja dipengaruhi oleh tujuan.
- d. Kinerja merupakan suatu fungsi dari motivasi dan kemampuan. Untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan, seseorang harus memiliki derajat kesediaan dan tingkat kemampuan tertentu. Kesediaan dan keterampilan seseorang tidaklah cukup efektif untuk mengerjakan sesuatu tanpa pemahaman yang jelas tentang apa yang akan dikerjakan dan bagaimana mengerjakannya.
- e. Kinerja merujuk kepada pencapaian tujuan karyawan atas tugas yang diberikan.
- f. Kinerja merujuk kepada tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik.

- g. Pencapaian tujuan yang telah ditetapkan merupakan salah satu tolok ukur kinerja individu. Ada tiga kriteria dalam melakukan penilaian kinerja individu, yakni: (a) tugas individu; (b) perilaku individu; dan (c) ciri individu.
- h. Kinerja sebagai kualitas dan kuantitas dari pencapaian tugas-tugas, baik yang dilakukan oleh individu, kelompok maupun perusahaan.
- i. Kinerja sebagai fungsi interaksi antara kemampuan atau *ability* (A), motivasi atau *motivation* (M) dan kesempatan atau *opportunity* (O), yaitu $kinerja = f(A \times M \times O)$. Artinya: kinerja merupakan fungsi dari kemampuan, motivasi dan kesempatan. Dengan demikian, kinerja ditentukan oleh faktor-faktor kemampuan, motivasi dan kesempatan. Kesempatan kinerja adalah tingkat-tingkat kinerja yang tinggi yang sebagian merupakan fungsi dari tiadanya rintangan-rintangan yang mengendalikan karyawan itu. Meskipun seorang individu mungkin bersedia dan mampu, bisa saja ada rintangan yang menjadi penghambat. Sehubungan dengan itu, kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan sesuatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan. Jika dikaitkan dengan *performance* sebagai kata benda (*noun*) di mana salah satu entrinya adalah hasil dari sesuatu pekerjaan (*thing done*), pengertian *performance* atau kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan

secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral atau etika.

- j. Kinerja dalam menjalankan fungsinya tidak berdiri sendiri, tapi berhubungan dengan kepuasan kerja dan tingkat imbalan, dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan dan sifat-sifat individu. Oleh karena itu, menurut model *partner-lawyer*, Dalam kehidupan sehari-hari kita selalu memberi arti terhadap segala sesuatu yang kita hadapi. Saat melihat seseorang memakai pakaian tertentu, kita mengatakan bahwa pakaiannya bagus, serasi, mencolok, dan lain-lain. Saat melihat seseorang bertingkah laku tertentu, kita akan mengatakan tingkah lakunya ramah, ketus, anggun, canggung dan lain-lain. Saat melihat seseorang bekerja, kita dapat mengatakan orang itu produktif, teliti, rapih dan lain-lain.

II.1. 2. Analisis Kinerja

Analisis kinerja antara lain dapat diamati melalui serangkaian analisis terhadap laporan keuangan, seperti laporan neraca keuangan, laporan laba-rugi, laporan COGS atau laporan harga pokok penjualan dan sebagainya (**Freddy Rangkuti**, 2005: 108).

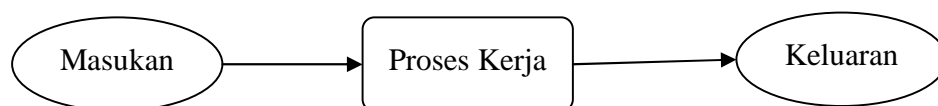
Neraca Keuangan (*balance sheets*) adalah gambaran posisi keuangan atau hasil suatu perusahaan pada saat tertentu, neraca tidak menggambarkan posisi keuangan setiap saat secara terus menerus. Ada dua hal pokok yang digambarkan dalam neraca, yaitu bagian Aktiva: semua harta yang dimiliki perusahaan, dan bagian Pasiva: kewajiban yang harus dipenuhi oleh perusahaan kepada pihak

ketiga. Posisi keuangan antara harta dan kewajiban di dalam neraca harus seimbang. Neraca dibuat mengetahui sudah sejauh mana perusahaan tersebut berjalan, baik dari aspek likuiditas, yaitu kemampuan perusahaan memenuhi kewajibannya (*solvency*), keseimbangan penggunaan modal (*stability*), maupun komposisi modal termasuk sisa laba dan asset yang telah dimiliki. Informasi yang dimuat dalam neraca keuangan adalah mengenai asset, kewajiban (*liabilities*), dan modal (*equity*).

II.1. 3. Memantau Kinerja

Memantau kinerja merupakan upaya pengumpulan informasi mengenai pelaksanaan pekerjaan karyawan. Informasi mengenai kinerja dapat dihimpun dari dua tahap kegiatan produksi seperti yang digambarkan dalam diagram arus berikut (Agus Dharma, 2004: 186).

Gambar II. 1 Informasi mengenai kinerja



Sumber: Agus Dharma, 2004: 186

Kita dapat mengamati proses (termasuk perilaku pelaksanaannya) atau kita dapat mengukur keluaran. Sebagai contoh, “mengetik satu halaman” adalah perilaku, sedangkan “halaman yang sudah diketik” adalah keluaran (Agus Dharma, 2004:187).

Manfaat informasi keluaran adalah sebagai berikut (Agus Dharma, 2004:187):

1. Anda tidak harus mengamati langsung perilaku karyawan (proses) untuk menilai kinerja. Hasil kerja dengan sendirinya telah menunjukkan hal itu;
2. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk menghasilkan keluaran. Proses yang diterapkan untuk menghasilkannya mungkin saja tidak sama. Dengan cara ini dapat dihindari sikap apriori dan dengan cara ini pula dapat diterapkan pendekatan yang lebih inovatif dan kreatif dalam pelaksanaan pekerjaan.
3. Ukuran keluaran lebih mudah dinilai sehingga dapat digunakan ukuran produktivitas yang lebih cepat.

II. 1. 4. Produktivitas Kerja dan Faktor yang Mempengaruhi Kinerja

II. 1. 4. 1 Produktifitas Kerja

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, produktifitas yaitu kemampuan untuk menghasilkan sesuatu, atau kemampuan untuk menciptakan sesuatu (Tim Prima Pena, GitaMedia Press 2008 : 627). Sementara, Kerja diartikan sebagai aktifitas untuk melakukan sesuatu (Tim Prima Pena, GitaMedia Press 2008 : 426).

Kalau kita ingin meningkatkan produktivitas, kapan kita tahu dimana harus dicari dan apa yang harus diubah (**Robert Bacal**, 2004 : 37).

Seseorang produktif tergambar pada produktivitas yang merupakan nilai perbandingan antara besarnya (*volume*) hasil terhadap pengorbanan sumberdaya (*resources*) yang digunakan untuk mencapai hasil tersebut. Menurut **Pandji**

Anoraga (1998:56), faktor-faktor yang mempengaruhi produktifitas kerja itu bukan hanya imbalan yang besar saja akan tetapi juga ada faktor lain yang lebih penting dari itu yang meliputi sepuluh hal lagi yaitu:

- a. Pekerjaan yang menarik bagi karyawan
- b. Upah atau kompensasi yang diterima
- c. Keamanan dan perlindungan dalam pekerjaan
- d. Penghayatan atas maksud dan makna pekerjaan
- e. lingkungan atau suasana yang baik
- f. promosi dan perkembangan diri mereka sejalan dengan perkembangan perusahaan
- g. Merasa terlibat dalam kegiatan-kegiatan organisasi
- h. Pengertian dan simpati atas persoalan-persoalan pribadi
- i. Kesetiaan pimpinan pada diri si pekerja, dan
- j. Disiplin kerja yang keras.

Bahwa produktivitas tenaga kerja dapat ditingkatkan melalui apa yang disebut dengan *division of labor*, dimana pembagian kerja akan mendorong spesialisasi, orang akan memilih mengerjakan yang terbaik sesuai dengan bakat dan kemampuannya masing-masing. Oleh **Adam Smith** tentang pembagian kerja yang dikenal dengan teori klasik Adam Smith tentang pembagian kerja.

Menurut **Casey Fitts Hawley** (2008: 41-42) bahwa karyawan yang hebat beresiko tinggi untuk pindah kerja, perang memperebutkan karyawan yang hebat

sangat nyata, mereka pasti pernah didekati dan rawan dibujuk perusahaan lain yang menawarkan gaji lebih tinggi atau pekerjaan yang lebih menarik.

II. 1. 4. 2. Faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Agar mempunyai kinerja yang baik, seseorang harus mempunyai keinginan yang tinggi untuk mengerjakan serta mengetahui pekerjaannya. Tanpa mengetahui ketiga faktor ini kinerja yang baik tidak akan tercapai. Dengan kata lain, kinerja individu dapat ditingkatkan apabila ada kesesuaian antara pekerjaan dan kemampuan. Kinerja individu dipengaruhi oleh kepuasan kerja. Kepuasan kerja itu sendiri adalah perasaan individu terhadap pekerjaannya. Perasaan ini berupa suatu hasil penilaian mengenai seberapa jauh pekerjaannya secara keseluruhan mampu memuaskan kebutuhannya. Kepuasan tersebut berhubungan dengan faktor-faktor, yakni:

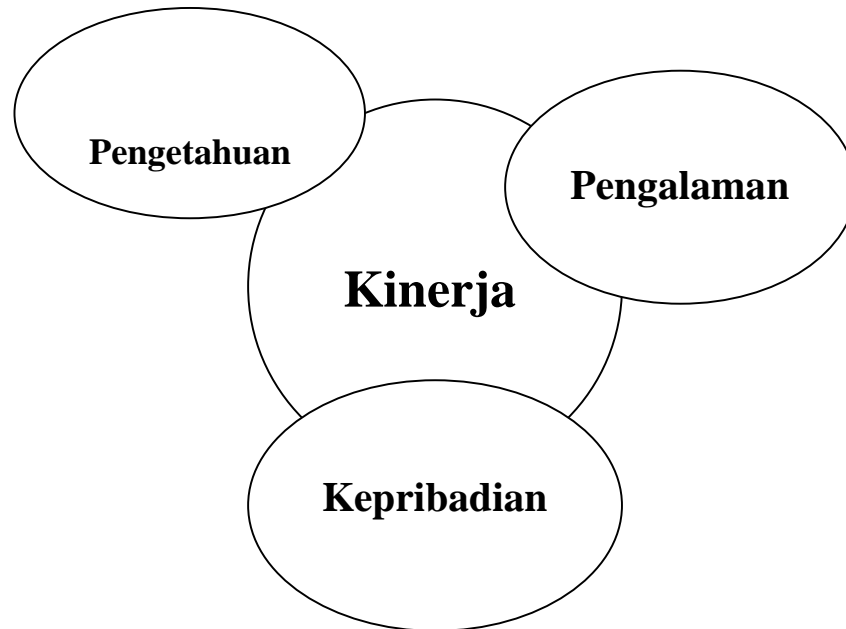
- (a) kepribadian seperti aktualisasi diri, kemampuan menghadapi tantangan, kemampuan menghadapi tekanan,
- (b) status dan senioritas, makin tinggi hierarkis di dalam perusahaan lebih mudah individu tersebut untuk puas;
- (c) kecocokan dengan minat, semakin cocok minat individu semakin tinggi kepuasan kerjanya;
- (d) kepuasan individu dalam hidupnya, yaitu individu yang mempunyai kepuasan yang tinggi terhadap elemen-elemen kehidupannya yang tidak berhubungan dengan kerja, biasanya akan mempunyai kepuasan kerja yang tinggi.

Selain itu, kinerja merupakan gabungan dari tiga faktor (**Hadari Nawawi**, 2006: 64), yang terdiri dari:

- (a) Pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan pekerjaan yang menjadi tanggung jawab dalam bekerja. Faktor ini mencakup jenis dan jenjang pendidikan serta pelatihan yang pernah diikuti di bidangnya,
- (b) Pengalaman, yang tidak sekadar berarti jumlah waktu atau lamanya dalam bekerja, tetapi berkenaan juga dengan substansi yang dikerjakan yang jika dilaksanakan dalam waktu cukup lama akan meningkatkan kemampuan dalam mengerjakan suatu bidang tertentu,
- (c) Kepribadian, berupa kondisi di dalam diri seseorang dalam menghadapi bidang kerjanya, seperti minat, bakat, kemampuan bekerjasama/keterbukaan, ketekunan, kejujuran, motivasi kerja, dan sikap terhadap pekerjaan.

Untuk itu kinerja dapat digambarkan sebagai pengintegrasian ketiga faktor tersebut di atas sebagaimana terlihat dalam diagram berikut:

Gambar II. 2.: Faktor Kinerja



Sumber: Hadari Nawawi, 2006: 65

Penilaian tentang kinerja individu karyawan semakin penting ketika perusahaan akan melakukan reposisi karyawan. Artinya bagaimana perusahaan harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kinerja. Hasil analisis akan bermanfaat untuk membuat program pengembangan SDM secara optimum. Pada gilirannya kinerja individu akan mencerminkan derajat kompetisi suatu perusahaan. (Veithzal Rivai Ahmad Fawzi MB, 2005: ...).

Orientasi manajemen harus berfokus pada pelanggan, maka konteks seharusnya bahwa arah pelaksanaan tugas karyawan yaitu memberikan pelayanan pada pelanggan, baik internal maupun external.

Hal-hal di atas tidak mudah, karena barisan terdepan dalam pemberian pelayanan adalah karyawan dengan berbagai persoalannya. Bukan tidak mungkin

pelanggan memperoleh citra yang buruk tentang lembaga/organisasi, gara-gara pekerjaan pelayanan oleh karyawan yang jelek. Dari sinilah *enter-point*-nya. Harus fokus pada peningkatan kinerja karyawan. Karena tidak mungkin terjadi “fokus pada pelanggan” tanpa didahului oleh “fokus pada karyawan.” Berbicara kinerja individual karyawan, ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi. Menurut **Gibson**, kinerja individual karyawan dipengaruhi oleh faktor motivasi, kemampuan dan lingkungan kerja (<http://Cokroaminoto.wordpress.com>).

Dan menurut Dale Furtwengler, (2002 :1) kinerja dapat diukur dalam hal:

- a. Kecepatan;
- b. Kualitas;
- c. Layanan; dan
- d. Nilai.

Kinerja seseorang dan produktivitas kerjanya ditentukan oleh tiga faktor (Sondang P. Siagian, 2002 : 40), yaitu:

- a. Motivasinya,
- b. Kemampuannya, dan
- c. Ketepatan penugasan.

II. 1. 5. Pengalaman Kerja

Kinerja dalam menjalankan fungsinya tidak berdiri sendiri, tapi berhubungan dengan kepuasan kerja dan tingkat imbalan, dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan dan sifat-sifat individu (Tb. Sjafri Mangkuprawira,

2008, htm). Karyawan dalam kondisi yang baik akan berkorelasi positif dengan kinerjanya. (Husein Umar, 2005:100).

Hadari Nawawi menyebutkan bahwa salah satu dari faktor kinerja yaitu Pengalaman. Pengalaman adalah sesuatu yang pernah dijalani, dirasi dan ditanggung (Tim Primapena, 2008: 35), **Ronald O'Reilly** (2004:26-35) menyatakan bahwa ada bukti yang sangat kuat mendukung untuk para karyawan itu merasa paling bahagia manakala mereka ditempatkan dalam pekerjaan-pekerjaan yang selaras dengan kepribadian mereka. **Locke** selanjutnya mencatat bahwa perasaan-perasaan yang berhubungan dengan kepuasan atau ketidakpuasan kerja cenderung lebih mencerminkan penaksiran dari tenaga kerja tentang pengalaman-pengalaman kerja pada waktu sekarang dan lampau daripada harapan-harapan untuk masa yang akan datang (**Ashar Sunyoto Munandar**, 2001: 350).

Menurut **Wahjosumidjo** (1999) bahwa ditinjau dari tingkat kematangannya, para karyawan itu dapat dibedakan atas: a. karyawan yang masih mentah (belum matang), b. karyawan yang sudah matang (*matured*). Karyawan yang dianggap masih mentah terlihat pada ciri-ciri: 1). Belum mampu dalam bekerja, 2). Tidak dapat memotivasi diri sendiri, 3). Enggan dan tidak mampu memikul tanggung jawab, 4). Harus diperintahkan. Karyawan yang dianggap sedikit matang antaranya: 1). Sudah dapat melaksanakan tugasnya, 2). Masih memerlukan instruksi, 3). Sudah dapat diberi wewenang dan tanggung jawab. Berbeda dengan karyawan yang sudah matang yaitu: 1). sudah mulai dapat

bekerja sendiri, 2). Dapat mengambil inisiatif sendiri, 3). Dapat diberi wewenang dan tanggung jawab lebih besar, 4). Memiliki kemauan keras untuk bekerja, 5). Dapat berprestasi tinggi.

II. 1. 6. Motivasi Kerja

Sondang P. Siagian menyebutkan bahwa kinerja seseorang dan produktivitas kerjanya salah satunya ditentukan oleh motivasi. Dalam pengertian umum, motivasi diartikan sebagai kebutuhan yang mendorong perbuatan ke arah suatu tujuan tertentu (Panji A. 1998:34).

Dinyatakan oleh **A.A. Anwar Prabu Mangkunegara** (2002:11) bahwa motivasi ialah sebagai energi untuk membangkitkan dorongan dalam diri (*drive arousal*).

Menurut **Fred Luthans**, motivasi itu terdiri dari tiga unsur yakni kebutuhan (*need*), keinginan (*want*), dan dorongan (*drive*) atau *impuls*. Rasa tidak puas bagian dari keinginan yang menyebabkan motivasi menjadi menurun bila tidak sesuai dengan yang diharapkan (M. Thoha, 2008 : 207).

Adalah kenyataan yang tidak dapat disangkal bahwa motivasi dasar bagi kebanyakan orang menjadi pegawai pada suatu organisasi tertentu yaitu untuk mencari nafkah (**Sondang P. Siagian** 2006 : 252).

Seorang karyawan bisa saja bekerja keras dengan harapan mendapat promosi, namun malah mendapatkan gaji. Begitu pula kinerja karyawan pada dasarnya memiliki sebuah komponen subyektif yang besar, pihak atasan dan rekan

sekerjalah yang harus melakukan interpretasi. Banyak karyawan yang tidak memiliki motivasi di tempat kerjanya karena mereka melihat rendahnya relasi antara upaya kerja dengan kinerja, antara kinerja dan imbalan dari perusahaan dan/atau antara imbalan dengan yang diterima dan diinginkannya.

Drs. Gouzali Saydam, Bc. TT (2005) menyebutkan bahwa motivasi merupakan suatu proses psikologis yang mencerminkan interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi dan keputusan yang terjadi dalam diri seseorang, tetapi juga kadang-kadang dipengaruhi oleh faktor emosi (perasaan). Oleh sebab itu faktor-faktor ini perlu mendapat perhatian.

Motivasi lebih merupakan suatu kiat (*art*) dibandingkan dengan suatu ilmu (*science*), yang dituntut dalam penerapannya adalah kemampuan untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang berkomunikasi dan bergaul dengan orang. Hampir semua para ahli sepakat menyatakan bahwa seseorang itu mau bekerja karena ia mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan. Teori hirarkhi kebutuhan (*need hirarchy theory*) yang dikemukakan **Maslow** dalam bukunya "*Motivation and personality*" pada dasarnya terdiri dari beberapa anggapan, yaitu (a). manusia merupakan makhluk berkeinginan, (b) kebutuhan seseorang tersusun secara berurutan dalam suatu hirarkhi mulai dari yang paling dasar hingga yang paling tinggi, (c). kebutuhan seseorang bergerak dari tingkatan lebih rendah ke tingkatan berikutnya, setelah kebutuhan yang lebih rendah itu secara minimal terpuaskan.

Disamping teori Maslow, dikenal lagi teori kebutuhan yang dikemukakan oleh **David McClelland** yang disebut juga dengan teori prestasi. Ada 3 komponen dasar kebutuhan yaitu a). kekuasaan, b). persahabatan, c). prestasi (Gouzali Saydam, 2006:132).

II. 1. 7. Lingkungan Kerja

Setiap kegiatan bisnis tidak mungkin steril dari pengaruh lingkungan tempat ia berada (Gouzali Saydam, 2006:32). Ada beberapa lapis jenis lingkungan yang mempengaruhi kegiatan suatu bisnis, yang dijalankan oleh pelaku bisnis. Pada dasarnya lingkungan tersebut dapat dibedakan atas dua lapis, lapis *pertama* merupakan lingkungan intern yang mungkin dapat dikendalikan secara organisatoris oleh para pelaku usaha, sehingga dapat diarahkan sesuai dengan keinginan perusahaan. Sedangkan lapis *kedua* ialah lingkungan ekstern yang berada di luar kegiatan bisnis yang tidak mungkin dapat dikendalikan begitu saja oleh pelaku bisnis sesuai dengan keinginan perusahaan, malah pelaku bisnislah yang harus mengikuti “kemaun” lingkungan ekstern tersebut agar kegiatan bisnis bisa “selamat” dari pengaruh lingkungan ekstern.

Faktor-faktor intern yang mempengaruhi kegiatan bisnis tidak lain dari unsur-unsur atau subsistem kegiatan bisnis seperti: a. tenaga kerja, b. modal (money), c. metode (manajemen yang digunakan pelaku usaha), d. mesin (computer atau alat produksi lainnya), e. material (bahan baku). Kelima jenis lingkungan intern ini akan turut mempengaruhi maju mundurnya kegiatan bisnis,

namun karena masih didalam lingkungan intern,maka sedikit banyak masih dapat dikendalikan. (Gouzali Saydam, 2006:32).

Lingkungan ekstern antaranya: a. sosial ekonomi, b. demografi, c. sosial politik, d. sosial budaya, e. teknologi dan informasi, serta f. kekuatan alam. (Gouzali Saydam, 2006:40).

Keadaan tempat kerja yang mencerminkan lingkungan kerja dimana karyawan memiliki watak dan tempramen (**Buchari A.**, 2006:203), maka keadaan tempat kerja yang ‘kurang nyaman’ akan dapat mempengaruhi produktivitas kerja karyawan.

Lingkungan akan selalu tumbuh dan berkembang yang kemudian akan mempengaruhi kesempatan bisnis beserta bisnis itu sendiri dalam menjalankan operasinya (**Indriyo G.**, 2003:23). Lingkungan kerja fisik mencakup setiap hal dari fasilitas... keterbukaan menunjang timbulnya keikatan dan kerjasama kelompok serta mengurangi rintangan-rintangan psikologis antara manajemen dan karyawan (Ashar Sunyoto Munandar, 2001: 135).

Menurut Gouzali Saydam (2006:173), lingkungan bisa dilihat dari pendekatan psikis, maksudnya adalah suasana kerja yang dapat mempengaruhi semangat dan gairah kerja para kaeyawan. Lingkungan psikis ini turut menentukan keberhasilan para karyawan melakukan tugasnya. Dalam lingkungan kerja seperti ini hubungan antara manusia berjalan baik, terdapat suasana saling menghormati antar para karyawan, dan komunikasi antara individu yang berjalan lancar.

II. 1. 8. Kompensasi

Kompensasi dimaksudkan sebagai balas jasa (*reward*) perusahaan terhadap pengorbanan waktu, tenaga dan pikiran yang telah diberikan karyawan kepada perusahaan (Gouzali Saydam, 2006:140).

Lebih lanjut Gouzali menyatakan bahwa dalam hal pemberian kompensasi kepada para karyawan yang telah bekerja membanting tulang, menghabiskan tenaga, waktu dan pikirannya untuk perusahaan, juga mempunyai sasaran tertentu, yaitu: a). untuk menjamin sumber nafkah karyawan beserta keluarganya; b). meningkatkan prestasi kerja para karyawan; c). meningkatkan harga diri para karyawan; d). mempererat hubungan kerja antara karyawan dan perusahaan; e). mencegah karyawan meninggalkan perusahaan; f). meningkatkan disiplin kerja karyawan; g). mengefesienkan tenaga karyawan yang potensial; h). bersaing dengan tenaga kerja di pasaran; i). mempermudah perusahaan mencapai tujuan; j). melaksanakan peraturan perundang-undangan yang berlaku; dan k). dapat memanfaatkan teknologi maju.

Macam balas jasa yang diterima pada umumnya dapat dibedakan atas bentuk: a). uang kontan, b). material, dan c). fasilitas lainnya. Besar dan nilainya tergantung pada kesepakatan antara perusahaan dan karyawan. Kompensasi berbentuk uang itu masih dapat dirinci lagi berupa: gaji, upah, tunjangan, insentif atau bonus dan sebagainya. Selain itu balas jasa tidak saja dapat diberikan dalam bentuk uang kontan, tetapi dapat pula berbentuk material atau benda. Balas jasa lain berupa penyediaan fasilitas atau kemudahan bagi karyawan. Fasilitas banyak

berkaitan dengan kemampuan keuangan perusahaan bersangkutan yang umumnya berupa: a). fasilitas kesehatan, b). fasilitas perumahan, c). makan siang, d). antar jemput, dan lain sebagainya.

Kompensasi yaitu imbalan berupa uang atau bukan uang (Tim Prima Tama, 2008 :). Kompensasi merupakan masalah yang kompleks dalam perusahaan, 445sebab bukan saja harus memuaskan karyawan, akan tetapi juga harus dapat mendorong semangat kerja mereka, kompensasi yang bervariasi akan cukup menarik bagi karyawan, karena mereka merasa dihargai oleh perusahaan (Buchari A. 2006:220).

II. 1. 9. Pemasaran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, bahwa pemasaran itu ialah proses atau cara dan perbuatan memasarkan barang atau jasa. (Tim Prima Pena, GitaMedia Press, 2008:587).

Pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial. Pemasaran merupakan suatu kegiatan penyaluran barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.

Pemasaran yaitu sesuatu yang meliputi semua langkah yang dipakai atau dibutuhkan untuk menempatkan barang yang bersifat *tangible* ke tangan konsumen.

Pemasaran adalah pelaksanaan kegiatan usaha perdagangan yang diarahkan pada aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. (Menurut Asosiasi Pemasaran Amerika Serikat).

Pemasaran tidak akan pernah terlepas dari unsur persaingan (**M. Taufiq**, 2005: 18). Biasanya, tidak ada satu bisnis pun yang dengan leluasa bisa *berleha-leha* menikmati penjualan dan keuntungan. Paling tidak, bukan untuk waktu yang lama menikmatinya, karena akan ada pesaing yang ingin turut menikmatinya. Ketika ada sebuah bisnis yang mendapat tempat di hati konsumen, akan ada pelaku lain yang mencoba untuk mendapatkan keuntungan serupa. Oleh karena itu, biasanya masalah persaingan mendapat perhatian dalam pemasaran.

Dalam pemasaran, pasar dirumuskan sebagai *mereka yang membeli barang sekarang, termasuk mereka yang potensial untuk membeli barang dari kita*, kita baru mengatakan itu permintaan ketika kebutuhan dan keinginan didukung oleh daya beli (M. Taufiq, 2005: 16). Permintaan ini erat sekali kaitannya dengan konsep pasar. *Semakin kreatif pemasar menciptakan permintaan (creating demand)*, sama artinya dengan menciptakan pasar-pasar yang baru. Semakin kreatif pemasar diartikan atau dimaksudkan agar tenaga pemasaran dapat meningkatkan produktifitasnya untuk menciptakan permintaan dalam membeli barang-barang yang telah diproduksi. Produktifitas yang diusahakan untuk meningkat itu dilakukan dengan menciptakan prestasi yang diperlihatkan oleh karyawan sesuai tujuan yang ingin dicapai.

Ahli pemasaran dituntut untuk dapat mengidentifikasi kualitas produk yang layak atau tidak layak untuk konsumen, akan tetapi tidak semua karyawan mampu melakukan pekerjaan menjadi ahli pemasaran. (A.A. Anwar Prabu Mangkunegara, 2002:9).

II. 2. Hipotesis

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan telaah pustaka di atas, maka dapat ditarik suatu hipotesis bahwa:

1. Diduga variatifnya pendapatan pada masing-masing pedagang emas EMASC di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru disebabkan karena kinerja karyawan yang tidak sama;
2. Diduga kinerja karyawan dipengaruhi oleh faktor-faktor perbedaan pengalaman kerja, motivasi kerja, lingkungan kerja, dan kompensasi kerja karyawan.

II. 3. Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini dirumuskan dengan berpedoman kepada teori-teori yang diungkapkan oleh para peneliti terdahulu yang terungkap dalam tinjauan pustaka yang meliputi variasi (**Hantch** dan **Farhady** dalam **Sugiono** 2000: 20) variabel, yaitu:

1. Kinerja
2. Pengalaman kerja karyawan.
3. Motivasi kerja karyawan.

4. Lingkungan kerja karyawan.

Kompensasi kerja karyawan.

BAB III

METODE PENELITIAN

III.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

III.1. 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini yaitu di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru.

III.1. 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai sejak bulan Januari hingga bulan Mei 2009, sehingga memakan waktu selama 5 (lima) bulan. Dalam masa itu harus telah dilakukan observasi dan pra penelitian serta penelitian dan laporan hasil penelitian.

III.2 Jenis dan Sumber Data

III.2.1. Jenis Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini ialah data kualitatif, yaitu hal ini sesuai dengan pendapat **Bogdar** dan **Taylor** dalam **Lexy J. Maleong** yang menyebutkan bahwa metode kualitatif sebagai proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis/lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. (Lexy J. Maleong: 2000, 31).

III.2.2. Sumber Data

III.2.2.1 Data primer

Yaitu data yang diperoleh dari lapangan secara langsung berdasarkan kuesioner.

III.2.2.2. Data Skunder

Yaitu data yang diperoleh dari kepustakaan dan dokumen-dokumen yang berupa data olahan dari objek penelitian.

III.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan:

Studi Pustaka dan Kuesioner, yaitu mengajukan pertanyaan dengan menyediakan pilihan jawaban yang telah disediakan kepada karyawan.

III.4. Populasi dan Sampel Penelitian

III.4.1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini ialah Anak Perusahaan EMASC yang ada di Plaza Sukaramai kota Pekanbaru, yaitu: Megah, Cahaya, Anggrek, Metro, Singapura, Elegan.

III.4.2 Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode *purposive* sebanyak 6 toko emas di Plaza Sukaramai kota Pekanbaru.

III.5. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengungkapkan hasil penelitian yaitu mendeskripsikan secara deduktif deskriptif, yaitu berupa uraian yang menggambarkan keadaan sesungguhnya dari objek penelitian yaitu menganalisis kinerja karyawan bidang pemasaran pada usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru yang dikaitkan dengan teori-teori yang ada, sehingga dapat menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

IV.1. Gambaran Umum Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru

Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru terletak di kawasan yang memiliki lokasi strategis di Kota Pekanbaru, yaitu terletak di pusat kota jalan jendral Sudirman Kota Pekanbaru. Pusat perbelanjaan Plaza Sukaramai ini selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat dari berbagai daerah di Pekanbaru dan Riau umumnya. Tempat wisata belanja yang satu ini ramai dikunjungi, karena disana ada berbagai macam pilihan kebutuhan untuk keperluan sehari-hari dengan harga yang relatif murah. Apalagi pada masa-masa tertentu Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru selalu menawarkan diskon hingga 70% dengan harga yang menarik, seperti di hari lebaran, tahun baru, natal dan perayaan lainnya. Pusat perbelanjaan yang lebih akrab dengan sebutan 'Ramayana' ini sangat mudah ditempuh, sebab seluruh bus kota dari berbagai rute yang ada di seluruh penjuru kota Pekanbaru menunggu dan menurunkan penumpang tepat di depan pusat wisata belanja ini. Sehingga, jika ada para pendatang dari luar kota Pekanbaru ingin berbelanja ke Plaza Sukaramai, maka untuk mencapai lokasi pusat perbelanjaan ini tidak sulit sebab terletak di tengah-tengah kota Pekanbaru. Kota *Pekanbaru* sendiri dahulunya dikenal dengan nama "*Senapelan*" yang pada saat itu dipimpin oleh seorang Kepala Suku disebut *Batin*. Daerah yang mulanya sebagai ladang, lambat laun menjadi perkampungan. Kemudian perkampungan Senapelan berpindah ke tempat pemukiman baru yang

kemudian disebut *Dusun Payung Sekaki* yang terletak di tepi muara sungai Siak. Nama *Payung Sekaki* tidak begitu dikenal pada masanya melainkan *Senapelan*. Perkembangan *Senapelan* berhubungan erat dengan perkembangan *Kerajaan Siak Sri Indrapura*. Semenjak Sultan *Abdul Jalil Alamudin Syah* menetap di *Senapelan*, beliau membangun istananya di Kampung Bukit berdekatan dengan perkampungan *Senapelan*. Diperkirakan istana tersebut terletak di sekitar *Mesjid Raya* sekarang. Sultan *Abdul Jalil Alamudin Syah* mempunyai inisiatif untuk membuat Pekan di *Senapelan* tetapi tidak berkembang. Usaha yang telah dirintis tersebut kemudian dilanjutkan oleh putranya Raja Muda *Muhammad Ali* di tempat baru yaitu disekitar pelabuhan sekarang. Selanjutnya pada hari Selasa tanggal 21 Rajah 1204 H atau tanggal 23 Juni 1784 M berdasarkan musyawarah datuk-datuk empat suku (Pesisir, Lima Puluh, Tanah Datar dan Kampar), negeri *Senapelan* diganti namanya menjadi "Pekan Baharu" selanjutnya diperingati sebagai hari lahir Kota Pekanbaru. Mulai saat itu sebutan *Senapelan* sudah ditinggalkan dan mulai populer sebutan "*PEKAN BAHARU*", yang dalam bahasa sehari-hari disebut PEKANBARU.

IV.2. Gambaran Umum Toko Emas EMASC di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru

Gambaran toko emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru yang dijadikan sampel penelitian ini dapat penulis kumpulkan dan dipaparkan secara kronologis sebagaimana berikut:

IV.2.1. Sejarah Berdirinya Toko Emas EMASC di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru

H. Aung Manday dan **H. Lawanis** merupakan pengusaha dalam perusahaan dagang emas yang berada di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru. Mereka adalah pengusaha yang sedang mengembangkan anak perusahaannya untuk menjadi unit usaha yang mampu bersaing dengan bentuk unit usaha dagang emas lainnya.

Pada dasarnya mereka berdua mengawali usaha dagang dengan berdagang pecah belah di tempat kelahiran mereka. Yaitu sebuah desa di Sungai Beringging Kecamatan Pariaman Provinsi Sumatera Barat. H. Aung Manday di lahirkan di Lambeh 31 Desember 1960. sementara H. Lawanis yang merupakan adik kandung dari H. Aung Manday di lahirkan di Lambeh 4 Januari 1964.

Sekitar tahun 80-an H. Lawanis mengawali karirnya sebagai tukang pandai mas di Dumai dan H. Aung Manday sebagai kakak yang tertua dalam tujuh bersaudara tetap melanjutkan usahanya di bidang pecah belah di Sungai Beringging. Setelah H. Lawanis mendapatkan ilmu sebagai tukang pandai emas di sebuah tokoh mas di Dumai, kemudian beliau mencoba peruntungannya di sebuah desa Tualang Perawang Kecamatan Siak Kabupaten Bengkalis. Desa tersebut merupakan desa yang akan dan sedang berkembang karena di sana ada sebuah perusahaan kertas dan tisu, yakni PT. Indah Kiat dan RAPP diikuti dengan beberapa PT lainnya, yaitu PT Surya Dumai dan PT lainnya di daerah Kulim.

Ketika H. Lawanis mencoba peruntungannya di sana dengan berdagang emas secara belum permanen dalam artian masih menyewa tempat dan masih bermodalkan emas 1 (satu) – 2 ons, tidak memungkinkan untuk mengembangkan

usahnya secara pesat dan cepat, barulah setelah mendapatkan kucuran dana dari H. Aung Manday, maka selalu bertambah pula kenaikan emas dalam setiap timbangan keuntungannya perbulan, sehingga jejak H. Lawanis diikuti oleh sang kakak yaitu H. Aung Manday dengan melakukan join usaha dengan adiknya itu dalam mengembangkan usaha emasnya agar cepat berkembang. Setelah beberapa bulan, barulah mereka mendapatkan sebuah toko yang dapat dibeli sekaligus dan tinggal di sana serta diberi nama “Toko Emas Selecta”. Kegigihan serta keuletan mereka berdua di dalam berusaha dan dalam melakukan pengembangan pergaulan dengan sesama masyarakat di Perawang, selain berdagang emas, beliau juga mendapatkan jaringan-jaringan usaha atau wilayah yang dapat dikembangkan dan dijadikan bentuk jenis usaha yang nota bene digabungkan ke dalam keuntungan usaha dagang guna mengembangkan usaha emas mereka. Seluruh keuntungan usaha di atur dalam sebuah manajemen kedisiplinan dan penghematan. Selama kurang dari masa 10 tahun, “Toko Emas Selecta” yang mereka jalankan tersebut menjadi salah satu toko yang terpercaya di Perawang, baik dari segi harga, model barang, serta kualitas emas.

Barulah sekitar tahun 2000 mereka berdua melakukan ekspansi ke Kota Pekanbaru dengan niat untuk mengembangkan jenis usaha mereka. Sekitar tahun 2001 mereka telah melakukan pencapaiannya yang sangat fantastis dengan merangkul hampir seluruh toko emas di Pekanbaru. Dengan modal yang mereka punya kemudian mengadakan pengusaha emas secara ritel kepada hampir seluruh pedagang emas di Pekanbaru dengan cara pembayaran waktu yang relatif lama, dan

harga yang cenderung lebih murah dari pada orderan barang emas 22 Karat dari Surabaya maupun Jakarta. Selain itu mereka juga merangkul hampir seluruh pedagang emas di berbagai daerah di Riau.

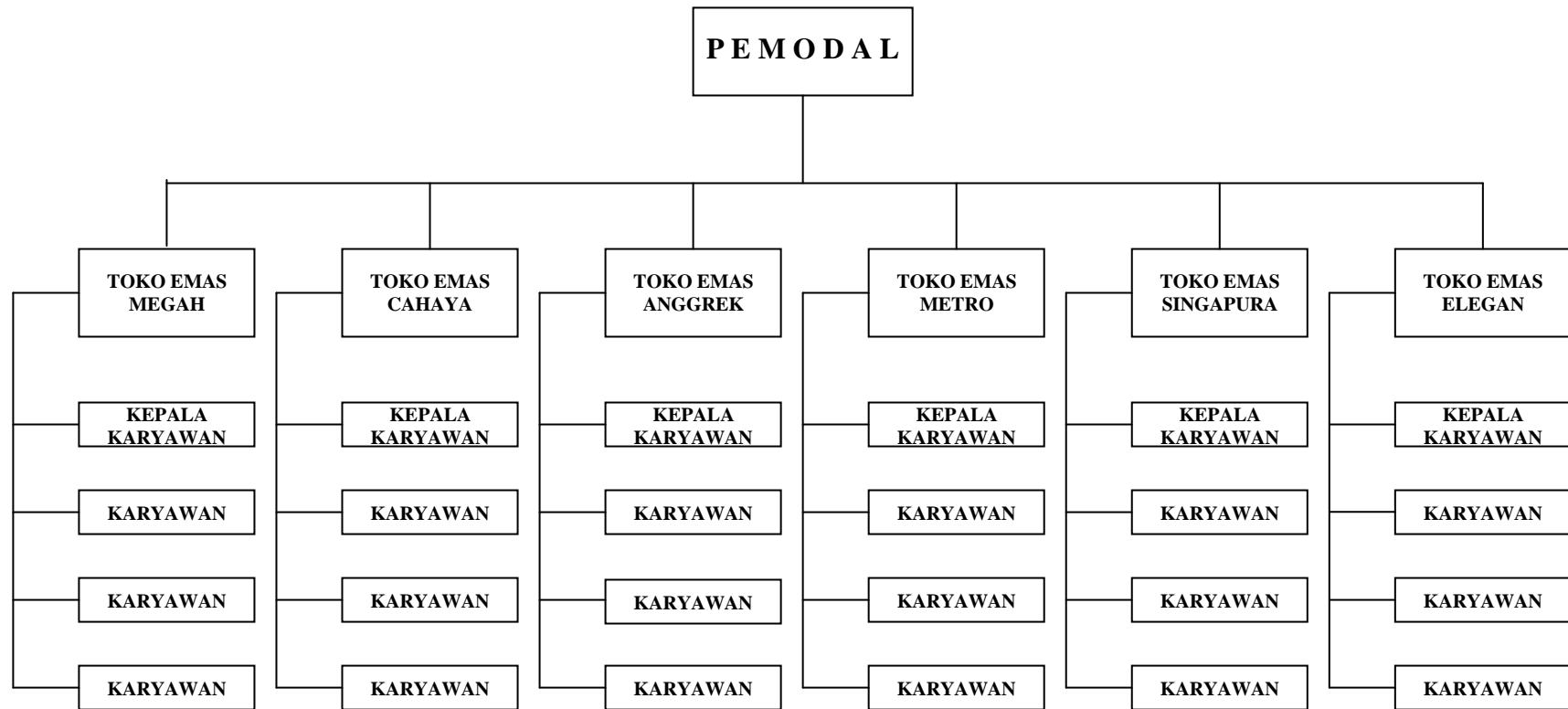
Sekitar tahun 2002 Ramayana atau Plaza Sukaramai di bangun, mereka mencoba mendirikan Toko Emas di Plaza tersebut. Toko emas tersebut diberi nama “Cahaya Gold Jewelry”. Setahun kemudian didirikan Toko Emas Megah dan Anggrek Gold Jewelry dan menyusul Metro, Singapura, Elegan, dan Gold Jewelry.

Semua karyawan yang bekerja pada usaha dagang emas atas nama kepemilikan H. Aung Manday dan H. Lawanis harus mematuhi segala peraturan serta kedisiplinan yang mengharuskan mereka untuk dapat bersungguh-sungguh dalam bekerja. Tingkat peraturan maupun kedisiplinan yang dikembangkan oleh pimpinan harus dipatuhi oleh setiap elemen karyawan tanpa terkecuali baik juga bagi anak-anak mereka sendiri.

IV. 2. 2. Struktur Organisasi Perusahaan

STRUKTUR ORGANISASI ANAK PERUSAHAAN EMAS EMASC

DI PLAZA SUKARAMAI KOTA PEKANBARU



Sumber: Data Primer Bulan Januari Tahun 2009.

III. 2.3. Gambaran Keadaan Enam Toko Emas EMASC Dalam Tabel

Agar lebih jelasnya, dalam penelitian ini disertakan pula gambaran keadaan beberapa toko emas yang menjadi sampel penelitian ini dengan meliputi beberapa aspek keadaan yang disajikan dalam bentuk tabel, yaitu:

- 1) Lamanya Masa Berdagang atau Berdirinya Toko Emas di Plaza Sukaramai Pekanbaru:

Telah disinggung mengenai sejarah berdirinya beberapa toko emas yang ada di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru dimana sebagai sampel dari penelitian ini, maka Tabel IV.1. berikut ini akan memperlihatkan Lamanya Masa Berdagang atau Berdirinya Toko Emas di Plaza Sukaramai Pekanbaru:

Tabel IV.1: Lamanya Masa Berdagang Emas Emasc Di Plaza Sukaramai Pekanbaru.

NO.	TOKO EMAS	LAMANYA BERDAGANG EMAS DI PLAZA SUKARAMAI PEKANBARU
1	M e g a h	Mulai sudah sejak 5 – 6 tahun lalu
2	C a h a y a	Mulai sekitar 6 – 7 tahun lalu
3	A n g g r e k	Mulai sudah sejak 5 tahun lalu
4	M e t r o	Mulai sudah sekitar 4 tahun lalu
5	Singapura	Mulai sudah sejak 3 tahun lalu
6	E l e g a n	Mulai sudah 2 tahun lalu

Keterangan : Data primer 2009.

Sumber : Usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Pekanbaru.

Tabel di atas (Tabel. IV. 1) yaitu lama masa berdagang bagi pedagang emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru, terlihat bahwa toko emas Cahaya merupakan toko emas yang terlama masa berdagangnya yaitu dimulai sejak 6 sampai 7 tahun lalu, dan toko emas Elegan merupakan toko emas yang paling baru yaitu sejak 2 tahun lalu.

2) Alasan Memilih Untuk Berdagang Emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru

Sebagai alasan mengapa para pedagang emas tersebut memilih untuk mereka menggeluti dalam hal berdagang emas ini, maka gambarannya dapat dilihat pada paparan Tabel IV. 2 berikut ini:

Tabel IV. 2 : Alasan Emas Memilih Untuk Berdagang Emas Di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru

NO.	TOKO EMAS	ALASAN MEMILIH UNTUK BERDAGANG EMAS
1	M e g a h	Pada dasarnya berdagang emas itu adalah berinvestasi yang paling unggul dan sangat menjanjikan serta sangat menjamin dalam segi peruntungan dimana emas selalu diproyeksikan akan selalu naik.
2	C a h a y a	Karena menguntungkan sebab harganya cenderung meningkat.
3	A n g g r e k	Menguntungkan karena emas dapat dijadikan sarana investasi.
4	M e t r o	Untung yang dijanjikan, yaitu emas merupakan benda yang dapat dijadikan investasi.
5	Singapura	Menjanjikan keuntungan karena semua orang tahu akan emas yang dapat diperjualbelikan secara cepat.
6	E l e g a n	Mencari keuntungan dan juga sambil berinvestasi sebab emas dapat segera diuangkan.

Keterangan : Data primer 2009.

Sumber : usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Pekanbaru.

Tabel. IV. 2 di atas yaitu mengenai alasan memilih untuk berdagang emas, cenderung sama, ialah dapat menguntungkan dan sebagai sarana untuk berinvestasi.

3) Perkembangan Usaha Dagang Emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Pada Tahun 2009

Dalam hal perkembangan usaha pada masing-masing toko emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Pada Tahun 2009, maka perkembangan usaha dagang emas tersebut berkembang pada bidang yang dapat disebutkan pada tabel berikut:

Tabel IV. 3 : Perkembangan Usaha Dagang Emas Emasc Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Pada Tahun 2009

NO.	TOKO EMAS	PERKEMBANGAN USAHA DAGANG EMAS (%)
1	M e g a h	Tambahan jumlah omset emas dalam hitungan tahun meningkat (29,68)
2	C a h a y a	Tambahan jumlah omset emas dalam hitungan tahun meningkat (27,33)
3	A n g g r e k	Tambahan dari segi omset usaha (21,36)
4	M e t r o	Tambahan omset secara berlahan (13,35)
5	Singapura	Omset naik secara berlahan (10,45)
6	E l e g a n	Omset bertambah (8,94).

Keterangan : *Data primer 2009.*

Sumber : *Usaha dagang emas di plaza sukaramai pekanbaru.*

Tabel IV.3. di atas tentang perkembangan usaha dagang emas, cenderung sama yaitu adanya tambahan omset dalam usaha dagang emas. Akan tetapi tambahan omset tersebut bila dicermati tentu tidak dapat secara gegabah dikatakan sebagai hasil kenaikan dari keuntungan riil atas usaha dagang emas

itu, bisa saja tambahan omset itu berasal dari pinjaman atau hutang dengan pihak lain. Jika demikian, tentu tambahan omset di sini tidak dapat dianggap sebagai suatu hasil dari kinerja dalam usaha dagang emas tersebut.

4) Hambatan yang Dihadapi dalam Usaha Dagang Emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Pada Tahun 2009

Dalam melakukan usaha dagang emas, terdapat juga hal-hal yang merupakan hambatan yang dapat dialami oleh beberapa toko emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru, yang hal itu merupakan beberapa masalah baik yang sifatnya “*makro*” maupun “*mikro*”, yang selengkapnya dapat dilihat dari tabel IV. 4 berikut:

Tabel. IV. 4 Hambatan Yang Dihadapi Emas Dalam Usaha Dagang Emas Di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Pada Tahun 2009

NO.	TOKO EMAS	HAMBATAN YANG DIHADAPI DALAM USAHA DAGANG EMAS DI PLAZA SUKARAMAI PEKANBARU
1	M e g a h	<ul style="list-style-type: none"> - Ekonomi negara yang tidak stabil; - Harga emas meningkat tidak diiringi dengan peningkatan daya beli dan pendapatan masyarakat; - krisis global.
2	C a h a y a	<ul style="list-style-type: none"> - Krisis global mengurangi daya beli masyarakat (konsumen); - Harga emas naik, konsumen menjual emasnya; - Perekonomian tidak stabil cenderung membuat spekulasi
3	A n g g r e k	<ul style="list-style-type: none"> - Daya beli masyarakat yang menurun; - Kurang tenaga ahli dalam membuat model dan variasi perhiasan; - Karyawan yang kurang bersemangat dalam bersaing dari pedagang sejenis/pesaing.
4	M e t r o	<ul style="list-style-type: none"> - Persaingan terlalu kuat; - Kekurangan pengalaman dalam kreasi; - Tidak memiliki tenaga ahli khusus untuk mengolah emas; - Karyawan yang lamban.
5	Singapura	<ul style="list-style-type: none"> - Pindah-pindah tempat usaha; - Konsumen tidak tetap; - Kurang tenaga handal untuk promosi; - Pesaing semakin banyak masuk pasar.

6	E l e g a n	<ul style="list-style-type: none"> - Konsumen masih belum banyak; - Kurangnya karyawan yang berpengalaman; - Kurang tenaga pandai emas.
---	-------------	--

Keterangan : Data primer 2009.

Sumber : Usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Pekanbaru.

Pada Tabel IV. 4 di atas, bahwa ada banyak variasi anggapan yang cenderung subyektif sifatnya, namun dari gambaran itu penulis dapat mengidentifikasi penyebab dari gambaran itu ialah berasal dari pengetahuan, keadaan dan pengalaman masing-masing pimpinan usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru yang dijadikan sampel penelitian ini selama mereka berdagang emas, ada yang melihat hambatan yang dihadapi dalam berdagang emas itu dilihat dari sudut pandang “*makro*” dan ada yang berpandangan dari sudut pandang “*mikro*”. Sudut pandang “*makro*” dikemukakan oleh pimpinan toko emas Megah dan toko emas Cahaya, yaitu melihat hambatan yang dihadapi oleh akibat permasalahan yang dihadapi oleh negara dan dunia. Sudut pandang “*mikro*” dikemukakan oleh pimpinan toko emas Anggrek, Metro, Singapura dan Elegan, yaitu melihat hambatan yang dihadapi oleh akibat keadaan yang dihadapi pada lingkup lokal saja, keadaan di sekitar usaha dagangnya (keadaan usaha) maupun lingkungan dimana tempat mereka berdagang dengan keadaan konsumen atau masyarakat lokal yang cenderung menurun daya belinya.

Dari hal tersebut di atas dapat dicermati bahwa yang berkenaan dengan kinerja karyawan adalah kurang bersemangatnya serta lambannya karyawan dalam bekerja, tentu berkenaan dengan motivasi karyawan dalam bekerja, sebagaimana yang dinyatakan oleh A.A. Anwar Prabu Mangkunegara (2002:11)

bahwa motivasi ialah sebagai energi untuk membangkitkan dorongan dalam diri (*dive arousal*).

5) Upaya yang Dilakukan untuk Menanggulangi Hambatan yang Ada di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Pada Tahun 2009

Dalam upaya yang dilakukan untuk menanggulangi hambatan yang ada di atas tadi, maka masing-masing toko emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru melakukan upaya sebagaimana yang akan diperlihatkan dalam tabel berikut:

Tabel. IV. 5 : Upaya Yang Dilakukan Emasc Untuk Menanggulangi Hambatan Yang Ada Di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Pada Tahun 2009

NO.	TOKO EMAS	UPAYA YANG DILAKUKAN UNTUK MENANGGULANGI HAMBATAN YANG ADA
1	M e g a h	<ul style="list-style-type: none"> - Bertahan dengan hal yang sudah ada, tidak mem PHK dan tidak menambah karyawan; - Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia (karyawan) dengan menyekolahkan, melatih dan memberikan pengalaman khusus keahlian.
2	C a h a y a	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat rencana untuk masa yang akan datang; - Menghitung dan membudget anggaran; - Menginvestasikan dana di Bank; - Mendidik karyawan agar berpengalaman dalam bekerja.
3	A n g g r e k	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat pilihan atau variasi produk; - Mencari karyawan lebih berpengalaman; - Memotivasi dengan diadakan rapat khusus.
4	M e t r o	<ul style="list-style-type: none"> - Memperbanyak promosi; - Fariasikan produk; - Memberikan imbalan lebih bagi karyawan; - Memberikan tanggung jawab yang lebih besar pada karyawan.
5	Singapura	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan lobi-lobi; - Melakukan promosi.
6	E l e g a n	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat produk khusus yang memberikan pilihan untuk konsumen dapat memilih perhiasan yang sesuai dengan daya belinya; - Memberikan pengarahan kepada karyawan agar dapat bekerja lebih keras lagi; - Mendatangkan pandai emas dari tempat lain.

Keterangan : Data primer 2009.

Sumber : usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Pekanbaru.

Upaya yang dilakukan untuk menanggulangi hambatan yang ada terlihat dari gambaran para pimpinan usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru tersebut yang dijadikan sampel penelitian ini dalam Tabel IV. 5 di atas sangatlah berbeda-beda sesuai dengan keadaan dan keyakinan untuk mengambil keputusan sebagai jalan pemecahan permasalahan yang ada yang sedang atau telah dihadapi oleh pedagang emas di Plaza Sukaramai kota Pekanbaru tersebut.

6) Segi Penting Mencari Karyawan Pada Usaha dagang Emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Tahun 2009

Terkait atas upaya yang dilakukan untuk menanggulangi hambatan yang ada, maka masing-masing toko emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru melakukan strategi mencari karyawan yang dapat diandalkan untuk memajukan usaha didalam perdagangan emas, khususnya untuk memenuhi kebutuhan akan karyawan yang berkualitas dengan berbagai cara sebagaimana keterangan pada tabel berikut ini:

Tabel. IV. 6 : Segi Penting Mencari Karyawan Pada Usaha Dagang Emas Emasc Di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Tahun 2009

NO.	TOKO EMAS	SEGI PENTING MENCARI KARYAWAN
1	M e g a h	<ul style="list-style-type: none"> - Komunikasi langsung; - Melihat penampilan; - Memberikan kesempatan untuk membuat produk khusus atau baru dari emas.
2	C a h a y a	<ul style="list-style-type: none"> - Sedikitnya memiliki pengalaman di bidangnya; - Mampu mengolah emas dan melakukan pemasaran.

3	A n g g r e k	- Dapat membuat variasi produk dari emas; - Dapat pula mempromosikan produk dari emas.
4	M e t r o	- Rajin dan disiplin; - Memiliki bakat atau kemampuan yang dilihat dari hasil kerjanya.
5	Singapura	- Melakukan lobi kepada yang memiliki tenaga ahli yang berpengalaman.
6	E l e g a n	- Tidak ada cara khusus; - Mendapatkan informasi adanya kepindahan karyawan dari pedagang emas lain yang dapat dijadikan karyawan di toko sendiri.

Keterangan : Data primer 2009.

Sumber : Usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Pekanbaru.

Tabel. IV. 6 di atas, bahwa gambaran toko emas dalam hal segi penting mencari karyawan juga bervariasi sesuai dengan kebutuhan dan keperluan masing-masing pedagang emas. Namun dapat dicermati bahwa masing-masing toko emas ada yang memiliki cara pandang tertentu dalam mencari karyawan dan ada pula yang tidak memiliki cara pandang, akan tetapi melakukan usaha lobi atau mendapatkan informasi, sebagaimana yang dilakukan oleh toko emas Singapura dan Elegan, tentu ini juga merupakan suatu strategi guna mendapatkan karyawan terbaik dan handal yang memiliki kinerja sesuai harapan.

7) Cara Melakukan Pemasaran dan Karyawan Pemasaran Pada Usaha dagang Emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Tahun 2009

Setiap kegiatan berdagang memerlukan pemasaran, dan untuk melakukannya dibutuhkan karyawan pemasaran, maka cara melakukan pemasaran dan keadaan karyawan pemasaran pada masing-masing toko emas di

Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru pada sampel penelitian ini dicerminkan dalam tabel berikut:

Tabel. IV. 7 : Cara Melakukan Pemasaran Dan Karyawan Pemasaran Pada Usaha Dagang Emas Emasc Di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Tahun 2009

NO.	TOKO EMAS	CARA MELAKUKAN PEMASARAN DAN KARYAWAN PEMASARAN
1	M e g a h	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak memiliki karyawan pemasaran secara khusus; - Semua karyawan dituntun guna memberikan pelayanan maksimal; - Meningkatkan kemampuan dan pengalaman pemasaran.
2	C a h a y a	<ul style="list-style-type: none"> - Setiap karyawan harus bisa menjadi tenaga pemasaran.
3	A n g g r e k	<ul style="list-style-type: none"> - Setiap karyawan diharapkan mampu untuk menjadi pemasar produk emas.
4	M e t r o	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada tenaga pemasaran khusus.
5	Singapura	<ul style="list-style-type: none"> - Semua karyawan harus dapat memasarkan produk emas.
6	E l e g a n	<ul style="list-style-type: none"> - Semua karyawan harus mampu menjadi tenaga pemasaran.

Keterangan : Data primer 2009.

Sumber : usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Pekanbaru.

Dari Tabel. IV.7 di atas, dalam cara melakukan pemasaran dan karyawan pemasaran, dapat dilihat bahwa masing-masing toko emas, Jika dicermati dari

gambaran usaha dagang emas tersebut tidak memiliki karyawan bidang pemasaran secara khusus, dan masing-masing toko emas tersebut mengandalkan seluruh atau semua karyawannya dapat menjadi tenaga pemasaran.

Ada baiknya memang, setiap karyawan dituntun guna memberikan pelayanan maksimal, meningkatkan kemampuan dan pengalaman pemasaran, setiap karyawan diharapkan mampu untuk menjadi pemasar produk emas. Namun seharusnya, tidak setiap karyawan diharuskan bisa menjadi tenaga pemasaran atau ahli pemasaran, sebab Ahli pemasaran dituntut untuk dapat mengidentifikasi kualitas produk yang layak atau tidak layak untuk konsumen (A.A. Anwar Prabu Mangkunegara, 2002:9), dan akan tetapi tidak semua karyawan mampu melakukan pekerjaan menjadi ahli pemasaran.

Menurut pendapat penulis sendiri dalam hal ini, bahwa dengan tidak adanya karyawan bidang pemasaran yang spesial maka akan dapat mengurangi efektifitas maupun produktifitas karyawan, hal tersebut sesuai sebagaimana yang dikatakan oleh **Adam Smith** tentang pembagian kerja yang dikenal dengan teori klasik Adam Smith tentang pembagian kerja.

Bahwa produktivitas tenaga kerja dapat ditingkatkan melalui apa yang disebut dengan *division of labor*, dimana pembagian kerja akan mendorong spesialisasi, orang akan memilih mengerjakan yang terbaik sesuai dengan bakat dan kemampuannya masing-masing.

- 8) Faktor yang Perlu Diperhatikan dalam Mempromosikan Karyawan Pemasaran Pada Usaha dagang Emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Tahun 2009

Untuk mempromosikan atau mencari karyawan pemasaran handal, masing-masing toko emas mematok beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh seseorang sebagaimana tercermin dalam tabel berikut ini:

Tabel. IV. 8 : Faktor Yang Perlu Diperhatikan Emas Dalam Mempromosikan Karyawan Pemasaran Pada Usaha Dagang Emas Di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Tahun 2009

NO.	TOKO EMAS	FAKTOR YANG PERLU DIPERHATIKAN DALAM MEMPROMOSIKAN KARYAWAN PEMASARAN
1	M e g a h	<ul style="list-style-type: none"> - Kecakapan membaca alur pikiran konsumen; - Mampu melakukan lobi-lobi eksekutif, yaitu menawarkan kepada para konsumen yang memiliki kemampuan lebih untuk berinvestasi emas; - Pengalaman bekerja karyawan; - Penampilan.
2	C a h a y a	<ul style="list-style-type: none"> - Berpengalaman cukup; - Memiliki motivasi; - Berpenampilan menarik.
3	A n g g r e k	<ul style="list-style-type: none"> - Berkemauan keras untuk maju; - Mau dibimbing oleh pimpinan/atasan.
4	M e t r o	<ul style="list-style-type: none"> - Penampilan; - Pengalaman; - Pandai bergaul; - Bisa mendorong karyawan lainnya untuk bersemangat;
5	Singapura	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat mempengaruhi konsumen; - Berpengalaman;

		- Pandai bergaul.
6	E l e g a n	- Pengalaman; - Pintar; - Penampilan menarik.

Keterangan : Data primer 2009.

Sumber : Usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Pekanbaru.

Dapat dilihat pada Tabel IV. 8 di atas, bisa dicermati bahwa faktor yang perlu diperhatikan dalam mempromosikan karyawan pemasaran cenderung melihat dari faktor pengetahuan, pengalaman dan kepribadian karyawan, tentu dengan demikian diharapkan nantinya kinerja karyawan akan menjadi lebih baik. Dari hal tersebut di atas, terbukti sesuai sebagaimana yang dikemukakan oleh *Hadari Nawawi* yang telah penulis sebutkan pada halaman 14 laporan penelitian ini, bahwa kinerja merupakan gabungan dari tiga faktor yaitu pengetahuan, pengalaman dan kepribadian.

- 9) Harus Dimiliki Oleh Seseorang untuk Dapat Menjadi Karyawan Bidang Pemasaran Pada Usaha dagang Emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Tahun 2009.

Tabel. IV. 9 : Harus Dimiliki Oleh Seseorang Untuk Dapat Menjadi Karyawan Bidang Pemasaran Pada Usaha Dagang Emas Emasc Di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Tahun 2009

NO.	TOKO EMAS	YANG HARUS DIMILIKI OLEH SESEORANG UNTUK DAPAT MENJADI KARYAWAN BIDANG PEMASARAN
1	M e g a h	- Kejujuran; - Disiplin; - Dapat bekerja dalam satu tim; - Berbakat wirausaha.
2	C a h a y a	- Disiplin; - Jujur; - Pandai bergaul.

3	A n g g r e k	- Mental kuat; - Tidak mudah Tersinggung; - Disiplin; - Jujur.
4	M e t r o	- Rajin; - Jujur; - Disiplin.
5	Singapura	- Kejujuran; - Disiplin tinggi.
6	E l e g a n	- Tidak mudah menyerah; - Tidak mudah puas; - Memiliki motivasi tinggi untuk maju.

Keterangan : Data primer 2009.

Sumber : usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Pekanbaru.

Kejujuran, disiplin, dapat bekerja dalam satu tim, dan berbakat wirausaha dalam gambaran usaha dagang emas pada toko emas Megah di Plaza Sukaramai kota Pekanbaru yaitu dalam hal yang harus dimiliki oleh seseorang untuk dapat menjadi karyawan bidang pemasaran. Begitu pula tak ubahnya dengan gambaran toko emas Cahaya, Anggrek, Metro, Singapura, dan Elegan yang cenderung memiliki kesamaan pula, sebagaimana tampak pada Tabel IV. 9 di atas.

- 10) Diberikan Oleh Perusahaan untuk Karyawan Pada Usaha dagang Emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Tahun 2009

Tabel. IV. 10 : Diberikan Oleh Perusahaan Untuk Karyawan Pada Usaha Dagang Emas Di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru Tahun 2009

NO.	TOKO EMAS	DIBERIKAN OLEH PERUSAHAAN UNTUK KARYAWAN
1	M e g a h	<ul style="list-style-type: none"> - Ilmu pengetahuan; - Gaji atau upah; - Bonus; - Jaminan sosial tenaga kerja.
2	C a h a y a	<ul style="list-style-type: none"> - Perhatian Pimpinan; - Tempat kerja yang baik; - Gaji atau upah; - Bonus; - Jaminan Asuransi.
3	A n g g r e k	<ul style="list-style-type: none"> - Gaji dan Upah; - Tempat usaha yang baik; - Asuransi Kesehatan.
4	M e t r o	<ul style="list-style-type: none"> - Gaji dan Upah; - Lingkungan usaha yang baik, bersih, nyaman; - Asuransi.
5	Singapura	<ul style="list-style-type: none"> - Gaji dan Upah; - Asuransi
6	E l e g a n	<ul style="list-style-type: none"> - Gaji dan Upah.

Keterangan : Data primer 2009.

Sumber : usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Pekanbaru.

Tabel. IV.10 di atas, menunjukkan gambaran yang diberikan oleh perusahaan untuk karyawan, terlihat adanya fasilitas maupun kompensasi bagi karyawan berupa Ilmu pengetahuan; Gaji atau upah; Bonus; Jaminan sosial tenaga kerja; Perhatian Pimpinan; Tempat kerja yang baik; Lingkungan usaha yang baik dan bersih; Asuransi. Bila dilihat antara masing-masing toko emas tersebut terdapat perbedaan fasilitas maupun kompensasi, yaitu untuk toko emas Singapura memberikan fasilitas gaji dan upah serta asuransi, sementara Elegan hanya

memberikan gaji dan puah saja, sehingga bila dibandingkan dengan toko emas lainnya maka terdapat adanya kekurangan fasilitas ataupun berupa kompensasi.

Disamping hal-hal gambaran di atas, bahwa masing-masing toko emas juga memberikan gaji atau upah kepada karyawan sebesar Rp 1.250.000 /bulan selama 2 (dua) tahun bagi karyawan yang sifatnya trening atau magang di perusahaan/pedagang emas. Selanjutnya untuk karyawan yang telah selesai magang itu, akan mendapatkan persentase bagi hasil sebanyak 5 – 7,5 % dari keuntungan atau laba pertahunnya diluar gaji. Seluruh toko dikendalikan sepenuhnya oleh pemimpin.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikaitkan dengan teori serta kenyataan yang ada, bahwa terhadap kinerja karyawan bidang pemasaran, sehingga menyebabkan variatif atau tidak samanya pendapatan pada usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru, maka didapat kesimpulan sebagai berikut, bahwa dari hasil penelitian ini faktor pengalaman kerja, motivasi kerja, lingkungan kerja, dan kompensasi kerja karyawan masih merupakan pusat perhatian bagi peningkatan produktivitas kerja karyawan dalam rangka memberikan keuntungan riil yang lebih besar dimana mencerminkan kinerja karyawan. Bahwa kinerja karyawan bidang pemasaran pada usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru ditunjukkan dengan tingkat perbedaan pengalaman kerja, motivasi kerja, lingkungan kerja, dan kompensasi kerja karyawan di masing-masing pedagang emas yang ada di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru, dan kenyataan yang ada bahwa variatif atau ketidaksamaan pendapatan pada masing-masing usaha dagang emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru, berbanding lurus dengan perbedaan pengalaman kerja, motivasi kerja, lingkungan kerja, dan kompensasi kerja karyawan. Artinya bahwa bila pengalaman kerja, motivasi kerja, lingkungan kerja, dan kompensasi kerja karyawan tinggi, maka seiring itu pula laba riil yang didapat pun tinggi, kinerja karyawannya diartikan tinggi. Sebaliknya bila

pengalaman kerja, motivasi kerja, lingkungan kerja, dan kompensasi kerja karyawan rendah, maka perolehan produktivitas laba riil yang dihasilkan pun juga rendah, kinerja karyawan dapat diartikan rendah pula.

VI.1.2 Saran

Pada kesempatan ini sebagai akhir dari pelaporan penelitian, penulis memanfaatkan untuk dapat memberikan saran-saran sebagai bentuk dari kepedulian penulis kepada semua pihak yang terkait agar dengan adanya penelitian ini hendaknya:

1. Agar usaha pedagang emas di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru dapat melakukan spesialisasi karyawan bidang pemasaran sebagai suatu bidang khusus yang ada pada perusahaan, mengingat bahwa karyawan bidang pemasaran dapat memberikan kontribusi terhadap keuntungan riil yang lebih besar, terutama usaha dagang seperti pada usaha dagang emas, sebab masih sedikitnya atau sebagian besar pedagang emas belum melakukan spesialisasi karyawan pada bidang pemasaran;
2. Pimpinan usaha hendaknya dapat meningkatkan perhatiannya terhadap peningkatan sumber daya manusia (SDM) agar produktivitas kerja karyawan lebih dapat berkembang lagi;
3. Para pedagang emas perlu mengadakan evaluasi kinerja karyawan agar kedepan dapat menentukan program yang lebih baik untuk meningkatkan produktivitas usahanya sehingga pendapatan dapat dicapai lebih maksimum lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2002.
- Agus Dharma, *Manajemen Supervisi :Petunjuk Praktis Bagi Para Supervisor*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004.
- Ashar Sunyoto Munandar, *Psikologi Industri dan Organisasi*, Jakarta : UIP, 2001.
- Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2006.
- Casey Fitts Hawley, Alih Bahasa P.A. Lestari, SE., *2001 Cara Untuk Mendorong Setiap Karyawan Berkinerja Bintang*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Dale Furtwengler, *Penilaian Kinerja*, Yogyakarta: Andi, 2002.
- David Rock, Alih Bahasa: A. Widiarta, *Enam Langkah Mengubah Kinerja Demi Kesuksesan Perusahaan Anda*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Freddy Rangkuti, *Business Plan:Teknik Membuat Perencanaan Bisnis & Analisis Kasus*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Gatot Wijanto & Rita Yani Iyan, *Jurnal Penelitian Ekonomi*, FE UNRI Pekanbaru.No. 2 Tahun I Desember 1998
- Gouzali Saydam, *Panduan Lengkap Pengantar Bisnis dalam Telaah Tanya Jawab*, Bandung: Alfabeta, 2006.
- Hadari Nawawi, *Evaluasi dan Manajemen Kinerja di Lingkungan Perusahaan dan Industri*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006.
- Husain Umar, *Evaluasi Kinerja Perusahaan: Teknik Evaluasi dan Kinerja Perusahaan secara Komprehensif*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis, Edisi 2*, Yogyakarta: BPFE, 2003.
- Lexy J. Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran; Jelajahi dan Rasakan*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005.

Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007.

Pandji Anoraga, *Psikologi Kerja*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998.

Robert Bacal, Alih Bahasa Surya Dharma & Yanuar Irawan, *Performance Perusahaan*, Jakarta: 2001.

Ronald O'Reilly, Alih Bahasa Eko Prasetyo Dharmawan dan Hafidz Siregar, *Manajemen Sumber Daya Manusia: 63 Kaidah Tak Terbantah Mulai Dari Merekrut Hingga Memberdayakan Karyawan*, Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2004.

Sondang P. Siagian, *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

-----, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: CV. Alfabeta, 2000.

Tb. Sjafri Mangkuprawira, *KINERJA APA ITU* « Rona Wajah.htm, 2008.

Tim Prima Pena,, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ...: Gitamedia Press.

Veithzal Rivai Ahmad Fawzi MB, *"Performance Appraisal"*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2005

www.yayasanatmajaya.co.id

<http://Cokroaminoto.wordpress.com>. 2009.

Al-Jum'ah 10

Al-baqarah 16

QS. 2:254

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel. I.1	Produktivitas Laba Riil Satu Tahun Operasi Pedagang Emas Di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru 2
Tabel IV. 1	Lamanya Masa Berdagang Emas Di Plaza Sukaramai Pekanbaru..... 35
Tabel IV. 2	Alasan Memilih Untuk Berdagang Emas..... 36
Tabel IV. 3	Perkembangan Usaha Dagang Emas..... 38
Tabel IV. 4	Hambatan Yang Dihadapi Dalam Usaha Dagang Emas Di Plaza Sukaramai Pekanbaru..... 39
Tabel. IV. 5	Upaya Yang Dilakukan Untuk Menanggulangi Hambatan Yang Ada 41
Tabel IV.6	Segi Penting Mencari Karyawan..... 42
Tabel IV. 7	Cara Melakukan Pemasaran Dan Karyawan Pemasaran 44
Tabel IV. 8	Faktor Yang Perlu Diperhatikan Dalam Mempromosikan Karyawan Pemasaran..... 46
Tabel IV. 9	Harus Dimiliki Oleh Seseorang Untuk Dapat Menjadi Karyawan Bidang Pemasaran..... 47
Tabel IV. 10	Diberikan Oleh Perusahaan Untuk Karyawan 48
Tabel V. 1	Produktivitas Laba Riil Enam Toko Emas Emas Di Plaza Sukaramai Kota Pekanbaru..... 50
Tabel. V. 2.	Lama Masa Karyawan Bekerja 52

Tabel. V. 3	Keadaan Pekerjaan	53
Tabel V. 4.	Karyawan Pindah Kerja	54
Tabel V. 5.	Perasaan Karyawan	55
Tabel V. 6.	Tanggung Jawab Yang Diberikan Kepada Karyawan	56
Tabel V. 7	Sikap Pimpinan	58
Tabel V. 8	Keadaan Diri Karyawan Dalam Bekerja.....	59
Tabel V. 9	Keadaan Tempat Kerja.....	60
Tabel V. 10	Pergaulan Dan Komunikasi Karyawan Di Tempat Kerja.....	61
Tabel V. 11.	Gaji Karyawan	59
Tabel V. 12	Bonus Untuk Karyawan	63
Tabel V. 13	Tunjangan Kesejahteraan Bagi Karyawan	64
Tabel V. 14	Tabulasi Hasil Produktivitas Laba Riil Terhadap Kinerja Pada Enam Toko Emas Emasc.....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II. 1. Informasi Mengenai Kinerja.....	11
Gambar II. 2. Faktor Kinerja	15

Lampiran

KEBUTUHAN DATA DAN DAFTAR WAWANCARA

DALAM PENELITIAN YANG BERJUDUL:

ANALISIS KINERJA KARYAWAN BIDANG PEMASARAN PADA USAHA DAGANG EMAS EMASC DI PLAZA SUKARAMAI KOTA PEKANBARU

A. Data Keadaan Pasar Sukaramai

1. Data sejarah Pasar Sukaramai;
2. Gambaran keadaan lokasi Pasar Sukaramai;
3. Struktur Organisasi Pedagang Emas;

B. Daftar wawancara untuk Pemilik atau Maneger Toko Emas di Pasar Sukaramai Pekanbaru

1. Sudah berapa lama Anda berdagang emas di Pasar Sukaramai ini?
2. Apa alasan memilih untuk berdagang emas?
3. Berkembangankah usaha Anda selama ini? Segi mana saja itu?
4. Hambatan apa saja yang dialami selama berdagang emas?
5. Upaya apa yang dilakukan untuk menanggulangi hambatan yang ada?
6. Bagaimana cara mencari karyawan untuk toko emas Anda?
7. Apakah di toko emas Anda memiliki karyawan di bidang pemasaran?
8. Faktor apa saja yang perlu diperhatikan di dalam mencari karyawan bidang pemasaran untuk toko Anda?
9. Apa yang harus dimiliki oleh seseorang untuk dapat menjadi karyawan bidang pemasaran di toko emas Anda?
10. Apa yang sudah diberikan bagi karyawan di toko emas Anda?

Pekanbaru, Desember 2008

Hormat Peneliti

AROMA EKA PUTERA

(.....)

DAFTAR KUISIONER

DALAM PENELITIAN YANG BERJUDUL:

ANALISIS KINERJA KARYAWAN BIDANG PEMASARAN PADA USAHA DAGANG EMAS DI PLAZA SUKARAMAI KOTA PEKANBARU

Keterangan:

1. Isilah pertanyaan untuk Nama Toko Emas tempat Anda bekerja.
2. Pilih jawaban a, b, c, atau d dengan menceklis (V) ataupun melingkar (O) pada pertanyaan berikut ini sesuai kenyataan yang Anda alami.
3. Pertanyaan ini hanya untuk kepentingan penelitian saja.
4. Demi kerahasiaan, dapat dijawab di rumah Anda dan segera kembalikan pada pihak peneliti.
5. Atas bantuannya diucapkan terimakasih.

Pertanyaan:

Nama Toko Emas Anda:.....

I. Pengalaman Kerja

1. Sudah berapa lama Anda bekerja sebagai karyawan (pemasaran) di toko emas ini?
a. < 1 tahun b. > 2 tahun c. > 5 tahun d. < 10 tahun
2. Bagaimanakah keadaan pekerjaan yang Anda lakukan saat ini?
a. tidak sulit b. agak sulit c. sulit d. sangat sulit
3. Sudah berapa kali Anda pindah kerja sebelumnya?
a. 1 kali b. 2 kali c. 3 kali d. > 3 kali

II. Motivasi Kerja

1. Bagaimanakah perasaan Anda dalam bekerja?
a. tidak puas b. puas c. sangat puas d. bahagia
2. Bagaimanakah tanggung jawab kerja yang diberikan pada Anda?

a. sedikit b. sedang c. banyak d. lebih banyak

3. Bagaimanakah sikap pimpinan Anda?

a. tidak perhatian b. kurang perhatian c. perhatian d. sangat perhatian

III. Lingkungan Kerja

1. Bagaimana keadaan diri Anda dalam bekerja?

a. tidak tenang b. kurang tenang c. tenang d. sangat tenang

2. Bagaimana keadaan tempat kerja Anda?

a. tidak nyaman b. kurang nyaman c. nyaman d. sangat nyaman

3. Bagaimana pergaulan dan komunikasi di tempat kerja Anda?

a. tidak serasi b. kurang serasi c. serasi d. sangat serasi

IV. Kompensasi Kerja

1. Bagaimana gaji atau upah yang Anda terima?

a. Kurang b. Sedang c. Lebih d. lebih dari cukup

2. Bagaimana tips atau bonus yang diberikan?

a. Kurang b. Sedang c. Lebih d. lebih dari cukup

3. Bagaimana dengan tunjangan kesejahteraan yang Anda peroleh?

a. Kurang b. Sedang c. Lebih d. lebih dari cukup

Terimakasih

Pekanbaru, Januari 2009

Hormat Peneliti

Aroma Eka Putra

(.....)